

ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПРОЦЕССАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ¹

Скочилова Вероника Геннадьевна

*кандидат философских наук, старший преподаватель,
Национальный исследовательский Томский государственный
университет, Россия, г. Томск
e-mail: veronassk@gmail.com*

Аннотация. Визуальное измерение политико-коммуникативного пространства рассмотрено как контекст политико-культурного производства и коллективного опыта. Являясь ресурсом стереотипного знания о политическом мире и каналом его передачи, визуальная коммуникация оказывает существенное влияние на процессы политической социализации.

Ключевые слова: визуальное, визуальная коммуникация, политическая социализация, социополитическое знание.

Человеческое действие по преимуществу ориентировано на визуальное восприятие, и визуальные атрибуты социального действия являются неотъемлемой частью коммуникативных процессов, также не менее важен визуальный аспект в политических коммуникациях, позволяющий выстроить социополитическое действие – мобилизовать или нивелировать его, направлять и управлять не только вниманием, но и познанием политического мира.

Современный мир в большей степени обращен на «зримую» сторону жизни, и, как написал Н. Луман: «Мир видят таким, как его подает образная коммуникация – пусть и не столь драматичным, не столь контрастным, не столь безукоризненным, не столь многоцветным и, прежде всего, не столь изысканным» [3, с. 140]. Позже представитель другой теоретической традиции П. Штомпка отмечал: «Общество становится все более “видимым”, поскольку оно все больше структурируется “образно”, разного рода картинками...», другими словами, современное общество становится все более «визуально насыщенным» [6].

Формирование политического опыта, его социальных и культурных оснований в современных условиях все больше опреде-

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ № 14-13-70001

ляется визуальными факторами, которые начинают играть существенную роль в конструировании политических практик, в том числе и политической социализации. Политическая и гражданская идентичность формируется телевидением, интернетом, фотографией, политической рекламой, гляцевыми изданиями и пр., т. е. в окружающем визуальном поле. Визуальное измерение человеческой жизни – одна из тех сфер, в орбиту которых прежде всего включаются новые тенденции: образы мультиплицируются, становясь основой для типизаций, познания и маркировки политического, социального и культурного пространств.

Преобразование коммуникационных систем с внедрением новых методологических и технологических решений в повседневную жизнь человека определило трансформацию основных ее параметров – пространства и времени. В современных условиях стремительно меняются пространственно-темпоральные параметры социополитической жизнедеятельности, снимающие коммуникативные ограничения: визуальное измерение дает возможность мыслить и общаться образами, создавая «эффект присутствия» и сокращая время для коммуникации. Визуальное измерение человеческой жизни в политическом, социальном, культурном, историческом контексте зачастую лишается нормативного значения, тогда как время становится «вневременным» и прошлое-настоящее-будущее кодируются и декодируются в едином образе-сообщении. Происходит перманентное расширение границ времени и пространства, представляющее множественность модусов восприятия. В сущности, мы говорим о том, что визуальное измерение не только становится частью повседневной жизни, но и образует эту повседневность.

Но здесь существует основа и для проблемы, когда новые коммуникативные ресурсы оказывают обратное воздействие на процессы политической социализации, а именно затрудняется передача политического, социального, культурного опыта, расширяется разрыв между поколениями, вследствие чего реализация функций трансляции политико-культурной традиции и социального контроля существенно ослабевает.

Таким образом, возникает закономерный вопрос: как в условиях клиширования и одновременно размывания социополитическо-

го времени и пространства осуществляются процессы передачи и освоения политического опыта? Происходит ли становление гражданской и политической идентичности, когда «постоянный диктат наращивания предложения (визуальной информации – В. С.) ведет к тому, что мир восприятия все более блекнет» и исчезает «возможность и необходимость различать между информацией и сообщением» [3, с. 140]? И собственно ключевой для нас вопрос – возможно ли рассматривать визуальную коммуникацию как потенциальный фактор, влияющий на процессы политической социализации?

Характерное, в том числе и для П. Штомпки, натуралистическое понимание визуального о непосредственном отражении образом реальности, подвергаемое аргументированной критике исследователей [5, с. 126–127], на наш взгляд, предлагает наиболее очевидное положение, что визуальная коммуникация является непосредственным каналом передачи политического опыта, а визуальные образы – непосредственными медиаторами в процессе усвоения этого опыта. Тем не менее конструктивистская традиция позволяет нам иначе взглянуть на проблему. Мы должны говорить не об отражении, а о репрезентации политической реальности или отдельных ее фрагментов посредством символического ряда, лежащего в основе визуального образа. Визуальная коммуникация предстает уже как «сообщение» значений, поддерживающих процессы конструирования политической реальности и связанных с этим систем знания в рамках символического универсума в целом, – по П. Бергеру и Т. Лукману. Политическая социализация же выступает «как всестороннее и последовательное вхождение индивида в объективный мир общества или в отдельную его часть» [1, с. 211], ее характер напрямую зависит от системы знаний.

Ресурсом социально-политических знаний становится сама визуальная сторона жизни. Она не только наиболее адекватно отражает динамику постоянно обновляющегося социального порядка и вписывается в индивидуальный опыт, персональную картину мира, но и меняет значения политического мира посредством технологической реализации. С некоторой степенью допущения это новое знание, полученное в процессе визуальной коммуникации, входит в орбиту знания, которое П. Бергер и Т. Лукман определяют как «до-

теоретическое» – «все “то, что каждый знает” о социальном мире» [1, с. 109]. Точнее знание, которое каждый понимает, может понять в силу интернализации – понимания мира как значимой реальности [1, с. 210]. Мы могли бы обозначить его как эрзац-дотеоретическое знание, которое тем не менее «определяет и конструирует роли, которые следует играть в контексте рассматриваемых институтов» [1, с. 110], а также это знание, являющееся «*реализацией* в двойном смысле слова – в смысле понимания объективированной социальной реальности и в смысле непрерывного созидания этой реальности» [1, с. 111]. В случае визуальных коммуникативных практик в политике *реализация* может означать для нас то, что потребитель политического контента сам становится его производителем, меняя политическую коммуникацию.

Политическое знание, формируемое и приобретаемое в процессах визуальной коммуникации, является также институционализированным «специальным знанием», поскольку в ходе политической социализации «как правило, усваивается институциональный контекст» [1, с. 230–231]. Интернализированный социально-политический опыт, передаваемый по визуальным каналам политической коммуникации – знание, структурирующее рутинизированные интерпретации и поведение в рамках институциональной сферы. Визуальные политические образы интерпретируются в контексте политических символических систем – рамок, которые определяет власть-коммуникатор и которых придерживается конструирующий политическую реальность по образцу коммуникант. В таком случае политическая социализация как некоторая последовательность «обучения», приобретения знания о политическом мире становится рациональной и эмоционально контролируемой [1, с. 233].

Таким образом, визуальность существует как контекст политико-культурного производства, социополитического взаимодействия, коллективного и индивидуального опыта. Визуальные образы клишируют политические «факты», формируя стереотипное знание о политическом мире, трансляция которых, с нашей точки зрения, может стать существенным фактором политической социализации.

Литература

1. Бергер П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман / пер. Е. Руткевич. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
2. Гатиева А.М. Политическая социализация: основные теоретические подходы исследования / А.М. Гатиева // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2010. – № 3. – С. 109–114. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из науч. электрон. б-ки eLIBRARY.RU.
3. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман / пер. с нем., ст. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
4. Лычковская О.Р. Визуальные коммуникативные массмедийные практики современной молодежной аудитории / О.Р. Лычковская // Вісник Одеського національного університету. Серія «Соціологія і політичні науки». – 2005. – Т. 10. – Вип. 11. – С. 63–13. – Электрон. версия печат. публ. – URL: [http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1435/1/Вестник ОНУ Соц т 10 вып 11_63–73%2В.pdf](http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1435/1/Вестник%20ОНУ%20Соц%20наук%2010%20вып%2011_63-73.pdf)
5. Пирогов С.В. Горизонты исследования визуального / С.В. Пирогов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2013. – № 4. – С. 124–131.
6. Штомпка П. Введение в визуальную социологию / П. Штомпка // Иркутский государственный университет. Институт социальных наук: офиц. сайт. – URL: http://socio.isu.ru/ru/chairs/ksf/courses/Vs/x_x_x.doc
7. Щербинина Н.Г. Визуальный образ и оптический политический режим / Н.Г. Щербинина // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. – 2013. – № 3. – С. 67–69.

«ЖЕНЩИНЫ-АРТИСТКИ» В ЖИВОПИСИ XIX В.: РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЖЕНСКИХ ЖЕЛАНИЙ

Фисун Екатерина Геннадьевна

*магистр культурологии, аспирант, Харьковский национальный
университет им. В.Н. Каразина, Украина, г. Харьков
e-mail: katya_fisun@inbox.ru*

Аннотация. Статья посвящена исследованию образа «женщины-артистки» и особенностям его визуальной репрезентации в живописи XIX в. В контексте визуальных исследований, гендерной и феминист-